

Назва дисципліни	Менеджмент якості в маркетингу
Кафедра	Фінансів, обліку та маркетингу
П.І.Б. НПП	к.е.н., доц. Захарченко Наталія Василівна 
Ел. пошта викладача	zax197@i.ua
Рекомендується для галузі знань (спеціальності, освітньої програми)	ОП для спеціальності 075 «Маркетинг»
Рівень ВО	другий (магістерський)
Курс на якому буде викладатись	1
Мова викладання	українська
Вимоги до початку вивчення дисципліни	немає
Що буде вивчатися	1. Розвиток принципів системного, комплексного управління якістю. 2. Вимоги міжнародних стандартів до окремих етапів і процесів створення якісної продукції. 3. Сучасні системи менеджменту якості. 4. Основні поняття та визначення якості товарів і послуг 5. Показники якості продукції 6. Економічний зміст визначення рівня якості продукції 7. Управління якістю промислової продукції в товарній політиці фірми 8. Якість товару – ключовий важіль забезпечення його конкурентоспроможності
Чому це цікаво/ треба вивчати	Розвиток світової економіки свідчить, що якість продукції (послуг) стала визначальним чинником успішної господарської діяльності підприємств та організацій. Тому, розуміння студентами основних засад управління якістю в маркетингу стане вирішальним, як для забезпечення конкурентоспроможності товару, так і для досягнення основної мети – отримання прибутку
Чому можна навчитися (результати навчання)	Вивчення дисципліни дозволить: - системно управляти якістю товарі та послуг;

	- визначити техніко-економічні показники щодо якості продукції; - застосовувати методи оцінювання якості продукції; - управляти якістю продукції; - визначити основні напрямки підвищення якості та конкурентоспроможності продукції
Як можна користуватися набутими знаннями і уміннями (компетентності)	Вивчення дисципліни спрямоване на: - засвоєння засад системного управління якістю товарів і послуг; - розуміння застосування техніко-економічних показників і методів оцінювання якості продукції; - засвоєння засад управління якістю промислової продукції в товарній політиці фірми; - визначення взаємозв'язку якості та конкурентоспроможності; - розуміння як проводиться оцінка рівня якості продукції; - визначення основних напрямів підвищення якості та конкурентоспроможності продукції
Інформаційне забезпечення	НМК дисципліни « Менеджмент якості в маркетингу »
Види навчальних занять (лекції, практичні, семінарські, лабораторні заняття тощо)	лекції, практичні заняття
Вид семестрового контролю	екзамен
Максимальна кількість здобувачів	50
Мінімальна кількість здобувачів	10